

Les bonnes nouvelles commerciales pour le dernier trimestre 2011

Les réseaux sociaux ne sont pas efficaces

Pour être moins provoquant, je vais ajouter « dans le business »
Pour être au fond du sujet « pour générer de nouveaux projets d'affaires »
Et pour être encore plus dans la vérité, « pour concrétiser des affaires »

Comme beaucoup d'entre vous, j'ai essayé, et persisté, et le résultat si faible nous fait dire le plus souvent :
« que de temps investi pour peu de résultats, je n'ai pas assez temps, je ne sais pas bien faire..... »

Et si le sujet était ailleurs ?.....Pourquoi je me suis inscrit Parce que :

- on ne sait jamais une belle opportunité peut arriver
- faire de la démarche directe c'est épuisant
- savoir rebondir d'une affaire sur l'autre, c'est compliqué de relancer immédiatement
- il y a trop d'échecs dans les prospections
- il est difficile de pouvoir se démarquer sans présenter sa qualité

Chaque marché est différent mais il reste des constantes immuables

Etre mono production, ne faire que du réseau ou du Marketing direct, nous empêche d'exploiter 100% de notre potentiel marché,

Avoir une équipe commerciale performante reste le gage de générer régulièrement de nouvelles affaires,

Définir les bonnes stratégies cibles, permet d'assurer sa présence sur les marchés porteurs,

Avoir un bon Marketing, permet de garder des plus concurrentiels pour gagner les bonnes affaires.

La solution

- **Un réseau de clients et de partenaires forts où l'enrichissement des connaissances est réciproque et l'échange de recommandations arrive naturellement.**
- Un marketing direct et indirect, qui soutient puissamment les plans d'action pertinents pour générer continuellement de nouvelles affaires,
- **Un plan d'action qui dit qui fait quoi , combien de fois et quand, avec un objectif qualitatif et quantitatif,**
- Un plan de com qui génère du contact entrant et valorise l'image de l'entreprise, des produits
- **Un plan de fidélisation client qui assure un bon taux de fidélité client**

Les clefs du succès

Mobiliser toutes les forces de l'entreprise pour construire chaque mois les 5 axes du plan d'action idéal (ci-dessus) et les animer chaque semaine avec un reporting.

Avoir le bon recul pour formaliser et impulser chaque trimestre la bonne répartition de temps et de moyen entre ses axes stratégiques d'action pour mener ses équipes à l'atteinte des objectifs.

Chaque trimestre bénéficiaire d'une expertise extérieure pour la mise en place du bon plan d'action est un gage de réussite pour bien finir l'année 2011.

Cher client et partenaire, prenons le temps d'en parler. Ce temps de réflexion sera bénéfique.

D'ici là bon début de dernier trimestre 2011.

Frank THEVENEAU
Gérant & Consultant
www.externcom.com
Marketing et développement Commercial



Se poser les bonnes questions
Mettre en oeuvre les solutions
Analyser les bénéfices acquis